

# MiFID II: Zorgvuldig advies vermogensopbouw en beleggen: De reis wordt net zo belangrijk als het doel!

VFP 2018/4

Zorgvuldig advies vermogensopbouw is al sinds 2010 een speerpunt van de AFM. In het Vakblad Financiële Planning zijn al verschillende bijdragen rond dit thema verschenen.<sup>2</sup> Met de komst van MiFID II wordt opnieuw het nodige aangescherpt en veranderd. Tijd voor een update: wat betekent dit voor de beleggingsadviseur, vermogensbeheerder, financieel planner of adviseur beleggen en vermogensopbouw? Vanuit MiFID en ESMA leggen we een relatie naar de praktijk, met focus op gedrag – ‘behavior’ – in het adviesproces.

## De AFM

De AFM verwacht van marktpartijen een maximale inspanning opdat ze per 3 januari 2018 voldoen aan de verplichtingen van MiFID II en nadruk leggen op beleggersbescherming met specifiek kostentransparantie en productontwikkeling. Tevens zal zij blijvend aandacht besteden aan onderwerpen als vakbekwaamheid, informatieverstrekking, kwaliteit beleggingsdienstverlening en provisies.

Op 29 november 2017 is er een persbericht verschenen waarbij AFM aangeeft dat ze enige flexibiliteit zal hantieren waar regelgeving dermate laat beschikbaar is gekomen, dat van marktpartijen in redelijkheid niet kan worden verwacht dat zij er per 3 januari 2018 aan kunnen voldoen. Individuele marktpartijen moeten echter wel kunnen aantonen waarom deze flexibiliteit voor hen zou moeten gelden, en dat zij desalniettemin alle noodzakelijke stappen zetten om zo tijdig mogelijk compliant te zijn met MiFID II.

## Meerdere werelden worden één ...

MiFID II legt in veel landen de focus op de zogeheten RDR en inducements. Een stap die in Nederland al eerder werd genomen, maar in het zuidelijk en oostelijk Europa (nog) niet. Er wordt, in het kader van Know Your Customer, nu ook nadruk gelegd op een betere behoeftepeiling en de daaruit volgende afstemming van de dienstverlening. Er worden nieuwe regels opgelegd rond advies – afhankelijk en onafhankelijk, maar ook execution-only dienstverlening – om de kwaliteit te verhogen. Transparantievereisten

inzake de kosten van diensten en producten worden breder, waarmee ook weer een link naar andere richtlijnen zoals UCITS en PRIIPS wordt gelegd. Elke onderneming moet doelgroepen bepalen om een betere match met de geboden dienstverlening mogelijk te maken, en zo mis-selling te voorkomen.

In essentie wordt het onderscheid in stringentie van zorgplicht, tussen professionele en niet-professionele beleggers, minder duidelijk. Lees: de zorgplicht richting professionele relaties wordt verhoogd.

Betreffende K-Y-C, ken uw cliënt, heeft de Europese toezichthouder ESMA al in een advies van 2016 de nadruk gelegd op het bepalen van type cliënten, de kennis en ervaring van cliënten, de financiële situatie/positie en de mogelijkheid om verliezen te dragen, de risk tolerance van de cliënt, en het rendement- en risicoprofiel van het product, en ten slotte, de wensen, noden en doelstellingen van cliënten. Recent publiceerde ESMA nog een Q&A document<sup>3</sup> met een meer concrete toelichting op veelvoorkomende onduidelijkheden.

In combinatie met voorgaande aanscherpingen van Europese regelgeving en guidance leidt dit tot (internationale) best practices en nieuwe businessmodellen/verdienmodellen. De traditioneel effecten-typische adviseur (beleggingsadviseur en vermogensbeheerder) krijgt meer aandacht voor financial planning, en vice versa gaat de financial planner zich verdiepen in de (voor veel consumenten en adviseurs complexe) wereld van beleggingen, waar eerder met een grote boog omheen werd gelopen.

Persoonlijke informatie inwinnen bij een klant blijft, blijikbaar, nog steeds een grote uitdaging. Zo werd in september 2017 door de AFM een boete opgelegd bij een vermogensbeheerder die dit proces eind 2015 nog niet goed op orde had:

“Volgende overtreding van de Wet op het financieel toezicht (artikel 4:23, eerste lid, aanhef en onder a, Wft) is geconstateerd: een financiële onderneming moet relevante informatie inwinnen over de kennis en ervaring, doelstellingen, financiële positie en risicobereidheid van haar klanten. Doordat onvoldoende klantgegevens zijn ingewonnen, heeft de vermogensbeheerder niet kunnen vaststellen dat transacties voldeden aan de beleggingsdoelstellingen van haar cliënten, dat de cliënten de daarmee samenhangende beleggingsrisico's financieel konden dragen en dat de cliënten deze beleggingsrisico's begrepen.” ...

1 Robert G.J. van Beek CFP® €FA FFP is zelfstandig consultant – About Life & Finance BV). Ben Granjé is zelfstandig consultant – Beconomics CV). Zij hebben hun visies, krachten en activiteiten gebundeld in *Behavior. Insight. Applied*. Sourced. (BIAS) BV ([www.my-bias.com](http://www.my-bias.com)).

2 R.G.J. van Beek, 'Zorgvuldig advies vermogensopbouw: back tot the future of financial planning!' VFP 2010/43, afl. 5; R.G.J. van Beek, 'Zorgvuldig advies vermogensopbouw: De klant in beeld?' VFP 2012/18, afl. 2; R.G.J. van Beek, 'Zorgvuldig advies vermogensopbouw: Samen op weg naar betere beleggingsbeslissingen'. VFP 2016/14, afl. 2.

3 [https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/library/esma35-43-349\\_mifid\\_ii\\_gas\\_on\\_investor\\_protection\\_topics.pdf](https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/library/esma35-43-349_mifid_ii_gas_on_investor_protection_topics.pdf); [https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/library/2017-esma35-43-748\\_-\\_cp\\_on\\_draft\\_guidelines\\_on\\_suitability.pdf](https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/library/2017-esma35-43-748_-_cp_on_draft_guidelines_on_suitability.pdf). Leidraden zijn terug te vinden via website van de AFM: <https://www.afm.nl/nl/over-afm/thema/vermogensopbouw/nieuws.aspx>.

In acht onderzochte dossiers werd vaak onvoldoende redelijkerwijs relevante informatie over de beleggingskennis en/of financiële positie van de klanten gevonden. In bijna alle dossiers ontbrak de nodige informatie over de doelstellingen en risicobereidheid van de klanten. Deze vermogensbeheerder heeft in 2016 de informatie-inwinningprocedures verbeterd door de ingebruikname van nieuwe documenten en het ontwerp van een nieuwe digitale omgeving, waarmee bij de bepaling van de boete (€ 20.000) rekening werd gehouden.

Er is nog veel onzekerheid rond bepaalde Europese aanscherpingen. Ook en vooral inzake de lokale vertaling daarvan, het zogenoemde 'Nationaal Regime'. Pas in de loop van Q1 2018 wordt meer uitsluitel verwacht. De impact van MiFID II op het behoud of aanpassing van het huidige 'light regime' waar veel adviseurs in Nederland een beroep op doen voor hun dienstverlening, is dus nog niet gekend. Afwachten en niets doen is echter geen oplossing.

De vraag is of je, als adviseur die beleggen tot onderdeel heeft gemaakt van zijn adviespraktijk (of daarmee wil starten), wel moet willen wachten op meer duidelijkheid. Kijk alvast naar de punten die wel bekend zijn, en evalueer in hoeverre je daar 'compliant' bent of kunt zijn? De kans bestaat dat je goed gepositioneerd bent om verder te gaan dan het 'light' regime. Door je nu al te verdiepen in de verschillende wijzigingen die al bekend zijn, ben je voorbereid en startklaar wanneer er meer duidelijkheid ontstaat over de gevolgen op het Nationaal Regime.

Er zijn diverse partijen in vermogensopbouw en vermogensbeheer die, in verschillende vormen, al met financieel adviseurs en planners samenwerken. Tegelijkertijd zijn er de laatste jaren op basis van alle (aangekondigde of verwachte) wijzigingen in Nederland ook verschillende (software)platformen ontstaan, met focus op adviseurs die vermogen en beleggen een belangrijker onderdeel uit willen laten maken van hun adviespraktijk. Afhankelijk van de modus operandi worden afspraken vastgelegd in contracten en Service Level Agreements. In deze overeenkomsten kan duidelijk worden omschreven wie welke stappen in het proces voor zijn/haar rekening neemt en waar het stokje, het dossier, in het proces samen wordt opgepakt of doorgegeven. Dergelijke samenwerkingen werden reeds onder MiFID I opgestart, een aantal platformen begeleidt en informeert adviseurs inzake de transitie naar MiFID II.

## MiFID II legt de focus op Investor Behavior

Naast een aantal logisch te verwachten uitwerkingen van de regelgeving rond beleggen en de werking van markten, legt ESMA de focus op beleggersgedrag – oftewel Investor Behavior. Meerdere toezichthouders (e.g. FCA in UK, en nu dus ook AFM in NL) hebben sinds enkele jaren de nadruk op het beleggersgedrag overgenomen, onder meer door het uitgeven van rapporten met verwijzingen naar relevant wetenschappelijk onderzoek uit de Behavioral Finance en Ecomics. Zo heeft ESMA een rapport uitgebracht waarin een aantal voorbeelden wordt besproken van Biases: scheeftrekkingen

in het besluitvormingsproces (IDP, of Investment Decision making Process) die kunnen optreden bij klanten en waar de adviseur rekening mee moet houden. In deze niet-exhaustieve olijsting vinden we 'Overconfidence & Over-optimism, Representativeness, Conservatism, Availability Bias, Framing & Anchoring, Mental accounting, Regret aversion, and Loss aversion.'

In een artikel uit 2016<sup>4</sup> werd al een overzicht geschetst, en uitgelegd aan welke valkuilen en onbewuste mentale processen een belegger (mens) wordt blootgesteld. Vaak blijkt er ook een correlatie te bestaan tussen de respectievelijk biases, waardoor dergelijke processen een complexe constructie vormen, en het dus belangrijk is om dit al in een vroeg stadium van het adviesproces te herkennen en erkennen. Deze eerste stap, inzicht in het IDP van de klant, is *conditio sine qua non* om te begrijpen wat je als adviseur kunt doen om er in je advies rekening mee te houden. De DSI heeft alvast de ESMA-regels vertaald naar toetstermen inzake kennis & vaardigheden, en meer specifiek in richtsnoer-eindtermen voor zowel de 'Adviseur Beleggen-Standaard' als 'Adviseur Beleggen-Maatwerk' (ESMA terminologie).

“De Kandidaat (= adviseur) begrijpt de belangrijkste elementen uit de behavioral finance. De kandidaat begrijpt dat de cliënt onderhevig kan zijn aan biases, en gebruik kan maken van vuistregels. De kandidaat onderkent dat een beslissing van de cliënt niet altijd rationeel zal zijn.”

Deze toetstermen dienen vertaald te worden in opleidingsmateriaal en bijhorende examens; diverse opleidingsinstituten (e.g. NIBE) en financiële instellingen ontwikkelen momenteel de syllabi, oefeningen en examens om de adviseurs 'ESMA proof' te krijgen.

Gedragswetenschappen en psychologie bieden inzichten en instrumenten waar adviseurs voordeel mee kunnen halen, als deze worden toegepast op de diverse stappen binnen het advies en beleggingsbeslissingsproces.<sup>5</sup>

### DE MENS ACHTER DE BELEGGER: BEHAVIORAL FINANCE, THERAPY & PSYCHOLOGY...

**Financial therapy.** *De Financial Therapy Association hanteert als definitie: de integratie van cognitieve, emotionele, relationele, financiële en gedragsaspecten van financial well-being of financieel welzijn, met als doel om de totale kwaliteit van leven van de klant te verbeteren. (www.FinancialTherapyAssociation.org, Archuleta et al. 2012).*

**Financial psychology:** *Het gebruik van universele cognitieve en emotionele biases, waarbij behavioral*

4 R.G.J. van Beek, 'Zorgvuldig advies vermogensopbouw: Samen op weg naar betere beleggingsbeslissingen', VFP 2016/14, afl. 2.

5 H. Kent Baker, Victor Ricciardi e.a., *Investor Behavior, The psychology of Financial Planning and Investing*, Wiley, ISBN 978-1-118-49298-7; H. Kent Baker, Greg Filbeck, Victor Ricciardi, *Financial Behavior, Players, services, products, and markets*, Oxford, ISBN 978-0-19-026999-9.

*finance met andere domeinen binnen de psychologie gecombineerd wordt, om specifieke, klantgerichte acties te ontwerpen en implementeren, teneinde klanten te faciliteren bij het oplossen van problemen, en de levenskwaliteit te optimaliseren (Klontz, Kahler, and Klontz)*

**Behavioral finance:** De toepassing van cognitieve psychologie en financieel gedrag (behavior), op basis van wetenschappelijk onderzoek omtrent de invloed van menselijke kennis, perceptie en geheugen op financieel gedrag (Klontz, Kahler, and Klontz 2016).

### Kennismaking & Beeldvorming: een goed gesprek om tot betere inventarisatie te komen

De creatie van een vertrouwensrelatie begint al voor de eerste kennismaking, en wordt bekrachtigd tijdens gesprekken/meetings als integraal onderdeel van het adviesproces. Vanguard's Center for Investor Research publiceerde in oktober 2017 een whitepaper: *Trust and Financial Advice*,<sup>6</sup> waarin auteurs en senior research analysts *Anna Madamba Ph.D* en *Stephen P. Utkus* beschrijven hoe vrouwen onderverdeeld kan worden in functioneel, emotioneel en moreel vertrouwen:

- 17% is *Functional trust*, omschreven als het vertrouwen van de klant in de credentials van de adviseur, met andere woorden: de titels/diploma's, vaardigheden en praktijk. Dit functionele vertrouwen wordt gevestigd door het tonen van beroepskwalificaties, het creëren en uitvoeren van de financiële plannen en daaruit volgende acties, en door een proactieve houding in de klantcommunicatie.
- 30% is *Ethical trust*, een moreel vertrouwen dat wordt opgebouwd in de dagelijkse adviseurspraktijk, door gedrag dat consistent is met sociale en maatschappelijke verwachtingen inzake een correcte uitvoering van het beroep. Bijvoorbeeld de afwezigheid van belangenconflicten, de 'redelijkheid' van vergoeding, en het vooropstellen van het belang van de klant; samenvattend, klantfocus in plaats van productfocus.
- 53% is *Emotional trust*, de 'intangibile en onmeetbare' aspecten van een relatie tussen de klant en adviseur, de positieve gevoelens die de klant ervaart bij het advies. Dit komt tot uiting in de wijze waarop de klant praat over zijn adviseur als zijn pleitbezorger, iemand die hem 100% begrijpt, en hem het gevoel geeft "dat ik echt belangrijk ben".

Telkens weer blijken de emotionele, 'soft' vaardigheden zoals actief luisteren, empathie, focus op het verhaal van de klant en niet op jezelf, essentieel te zijn voor de klanttevredenheid. Know your Customer wordt dan Keep your Customer! En langdurige klantrelaties zijn tevens meer geneigd jou door te verwijzen naar hun familie en vrienden.

We suggereren enkele praktische toepassingen die de communicatie tussen klant en adviseur, de beeldvorming bij de klant en hoe de klant denkt over geld, kunnen verbeteren:

1. Gebruik het videoconferentie-systeem om een meeting op te nemen zonder dat het afleidt; zo kun je het gesprek terugkijken, zowel voor trainingsdoeleinden als om zeker te zijn dat er geen klantdetails ontbreken in het gespreksverslag.
2. Vermijd te veel praten en gebruik van vakjargon. In de regel streef je naar een verhouding 80/20 inzake luisteren versus praten.
3. Werk volgens een vaste gespreksstructuur. Voor grote organisaties zorgt zo'n kader voor eenduidigheid en uniformiteit, terwijl er toch voldoende ruimte blijft voor een authentiek gesprek. De adviseur behoudt zijn eigen stijl, maar vanuit een framework met een set van typevragen en een checklist van punten waarop we zeker een antwoord moeten krijgen; liever dan het afraffelen van een standaardvragenlijst met alleen maar standaard (nietszeggende) antwoorden.
4. Gebruik in gesprekken de techniek van *Reflective listening*. Klanten krijgen daarbij een samenvatting van wat de adviseur gehoord en begrepen heeft, waardoor ze erkenning krijgen, en dit ook als zodanig voelen en ervaren.
5. Streef naar *Motivational interviewing*, een techniek die helpt om een gesprek te versterken. Bij het praten over significante wijzigingen in het leven van de klant zijn er een paar cruciale elementen: focus niet louter op het in gang zetten van deze aanpassingen, maar bespreek de gevoelens, uitdagingen en motivaties van de klant voor deze beslissingen.
6. Integreer *Money scripts* in je gesprek om de zogenoemde *financial beliefs*, diepe overtuigingen van de klant over geld en gedrag, helder te krijgen. Money scripts liggen aan de grondslag van hoe mensen denken over geld, en welke – soms diepgewortelde – overtuigingen ze hebben. Deze kernovertuigingen en gevoelens ontstaan vanaf de kindertijd, en worden grotendeels onbewust opgebouwd naarmate mensen ouder en volwassen worden.

Eervaar je onverwacht weerstand bij de klant om bepaalde aanbevelingen te accepteren, dan kan een beter begrip van de financiële gezondheid en hoe de klant die ervaart, opgebouwd in een vroeg stadium van het proces, latere problemen bij de uitvoering voorkomen. Onderzoek rond financial therapy identificeert een aantal money scripts zoals: afkeer van geld, zorgen en stress over geld, behoefte of afkeer rond geld als statussymbool en voorzichtigheid/terughoudendheid om geld uit te geven.

### Doelstellingen: Goal Based Planning & Investing, en de 'waarom'!

Met zoveel belangrijke informatie die op enig moment in het dossier moet worden vastgelegd, in het advies moet worden verwerkt en reproduceerbaar moet zijn, rijst de vraag hoe we dat vanuit de huidige systematiek (van lou-

<sup>6</sup> [https://advisors.vanguard.com/VGApp/iip/site/advisor/research-commentary/article/IWE\\_InvResTrustAndFinancialAdvice](https://advisors.vanguard.com/VGApp/iip/site/advisor/research-commentary/article/IWE_InvResTrustAndFinancialAdvice).

ter data uitvragen via een multiple choice vragenlijst met weinig ruimte voor bredere antwoorden op open vragen) praktisch kunnen aanpakken. Een systematiek die traditioneel uitgaat van slechts één doelstelling en één risicoprofiel per rekeninghouder – ook als dit twee verschillende mensen zijn zoals bij en/of effectenrekeningen nog steeds gebeurt.

Een vragenlijst kan een goed kader geven als gespreksbasis, een conversation-starter en checklist om zeker te zijn dat alles besproken wordt, maar we erkennen allemaal de kracht van ‘open-ended’ vragen ten opzichte de ‘closed-ended’ data-gathering technieken waarbij zelfs geen ruimte is om een specifiek bedrag of een gewenste datum in te vullen. ‘Open-ended’ vragen bieden de mogelijkheid om samen met de klant concreet en diep in te gaan op de onderliggende reden, het waarom, van bepaalde wensen en doelstellingen voor de toekomst. In de marketing en het (digitale) onboarding-proces wordt niet voor niets gesproken over de zogenoemde ‘customer journey’. Zelfs gaming-technieken worden daarbij toegepast om de klant zichzelf te leren ontdekken, al dan niet in samenspraak met de adviseur. Dit zou bij beleggen en advies toch ook zo ingericht kunnen worden: een ‘self-discovery’?

De AFM stelt dat de adviseur de cliënt hoort te kennen, en daardoor een voor de cliënt passende beleggingsportefeuille kan adviseren of beheren. Een cruciaal aspect bij dienstverlening is immers hoe de vertaling van het klantbeeld (opgebouwd door de adviseur) naar een passende beleggingsportefeuille plaatsvindt. Veelal worden standaardrisicoprofielen en portefeuillemodellen gebruikt. De regelgever is van oordeel dat er in de praktijk te veel nadruk werd gelegd op het mechanische, het invullen van de vragenlijst, waardoor het zelfstandig nadenken en beoordelen van de situatie naar de achtergrond verdween. Veel meer dan vroeger moet de adviseur naast zijn kennis en ervaring op het gebied van beleggen, beschikken over de nodige vaardigheden voor het voeren van (intake)gesprekken en het begeleiden van klanten, om een zo volledig en concreet mogelijk beeld van het (financiële) leven van de klant te krijgen.

MiFID II gaat nog een stap verder: elke beleggingstransactie moet op basis van een suitability report getoetst worden, of deze al dan niet past bij de klant en zijn doelen.

ESMA specificeert de ‘capacity to bear losses’, waar de adviseur een beeld moet hebben van zowel het zuiver financiële als ook het emotionele aspect.

DSI heeft deze vaardigheid daarom als toetsterm opgenomen, en als zodanig is er weer een nieuw risicobegrip geïntroduceerd op het lijstje: Risicotolerantie, Risicobereidheid, Risicovoorkeuren, risico’s die je wilt of kunt lopen, ...

Ten gevolge daarvan zien we in de praktijk hernieuwde aandacht ontstaan voor het concept van goals-based investing en -planning; de focus verschuift van risico/rendement naar de realisatie van doelstellingen. Een doelstelling omvat meer dan alleen maar een bepaald rendement bij een maximaal risico: rendement is samen met risico een te berekenen objectieve factor om de doelstellingen te realiseren. Waarbij de doelstellingen bovendien een volgorde van belangrijkheid krijgen: wat is nodig, belangrijk, of slechts ‘nice to have’, wat is mogelijk, realistisch en

haalbaar? Daarover moet het gesprek met de klant gaan, dat is wat gekaderd dient te worden en op tafel moet komen tijdens een ontmoeting tussen adviseur en klant. Deze informatie moet fundamentele beslissingen en de selectie van oplossingen ondersteunen. Bij de opbouw van het vermogen, om deze doelstellingen te realiseren met bepaalde oplossingen, moet de informatievoorziening afgestemd worden op inzicht, overzicht en haalbaarheid. Scenarioanalyse en mogelijke ontwikkelingen op basis van bijvoorbeeld cashflow-prognoses met inkomsten en uitgaven, vormen dan ook een logische stap om de cijfers te laten leven bij de klant. En om zo nodig aanpassingen door te voeren, wanneer tijdens de monitoring blijkt dat bepaalde doelstellingen moeilijker haalbaar zijn – bijvoorbeeld als gevolg van marktomstandigheden of wijzigingen in iemands persoonlijke leven. De adviseur voegt waarde toe in deze fase van het proces, meer dan alleen maar de selectie van het ‘beste’ beleggingsproduct tegen de laagste kosten. Dit vergt natuurlijk een goed overzicht van wie wat doet in de diverse stappen van het adviesproces.

We zagen de afgelopen jaren veel evolutie inzake software & tooling, specifiek ontwikkeld (nieuw of update) om de adviseur te ondersteunen bij deze informatiebehandeling, zowel van als naar de klant.

## PRAKTISCH AAN DE SLAG ALS ADVISEUR MET BELEGGEN?

*De ontwikkeling van tools is niet stil blijven staan, en draagt bij tot de verandering die hier in gang gezet is – MiFID II is een belangrijke driver voor advies-ondersteunende software om behavioral finance en gedragswetenschappelijke inzichten te integreren. Op de Nederlandse markt zijn verschillende pakketten beschikbaar (of aangekondigd), zowel in standalone versie als geïntegreerd in financial planning software. Dergelijke tools hertekenen de interne processen, de beschikbare gegevens waarop het advies berust, en de communicatie tussen adviseur en belegger.*

*Een niet-exhaustief overzicht van platformen die samenwerken met adviseurs/planners/family offices/accountants/belastingadviseurs, K-Y-C (software) oplossingen, en tools die op verschillende manieren ondersteuning bieden bij het inzicht in rendementen en kosten, beleggingsadviesprocessen, vermogensbeheer- en adviesvergelijkingstools en ook scenarioanalyses, volgt hier:*

### **Vergelijkingsoftware:**

*Advies-Check.nl: risicoprofiel en vergelijking + 200 standaard beleggingsproducten*

*Assetmeasurement.nl: KYC, vergelijking, Benchmarks, analyzer, CRM*

*Beleggingsmatch.nl: vergelijken van beleggingsadvies, execution-only en vermogensbeheer*

*Paeres.nl: Inzicht in effectenmutaties per bank/beheerder voor family offices, accountants,*

*Vermogensbeheer.nl: beoordeelt en vergelijkt vermogensbeheerders*

*Vergelijkluwvermogensbeheerder.nl: selectie en vergelijking 140 vermogensbeheerders*



**Software voor adviesprocessen en portfolio-management**

AccountAnders Fact4Effecten  
 AIRS Portfolio Management Systeem  
 OPAL Ortec Finance  
 Private Wealth Navigator Asset Planner  
 Scope.nl K-Y-C CRM

**Riskprofiling tools (internationaal maar in NL ook beschikbaar)\***

DNA Behavior, ook in samenwerking met  
 FasterForward Elements  
 Finametrica / Riskprofiling.com

**Beleggingsondernemingen:**

KNAB.nl  
 Stroeve Lemberger Vermogensbeheer: stroeveleberger.nl  
 Dimensional Fund Advisors: dimensional.com  
 NNEK Fondsenplatform.nl  
 OAKK Investment Solutions: OAKK.nl  
 InsingerGilissen Professional Services Zelfstandige vermogensbeheerders

**Beleggersresearch / Index TV / Education voor advisors**

Morningstar.nl  
 S&P Dow Jones Indices: spindices.com  
 Fondsnieuws FN Research (NL)  
 Trends Investment Research (BeNeLux)  
 Regismedia.com: Animated video's en content (UK/NL/D/USA)

\* Ook sommige fondsaanbieders bieden inmiddels (eigen) risicoprofileringsstools aan (bv Schroders, Vanguard). Deze tools meten o.a. Risk analysis, Risk Tolerance, Risk taking capacity – al dan niet met behulp van (online) questionnaires.

**Conclusies: de ultieme oplossing?**

Er is geen alternatief voor een uitgebreid gesprek, aandachtig luisteren, vastleggen van de informatie, durven confronteren en doorvragen, om de wensen en doelstellingen van de cliënt echt goed te doorgronden. Dat impliceert focus op zowel persoonlijke vaardigheden als technische kennis. Informeren en adviseren dient de rode draad te zijn voor het hele proces, niet alleen in de eindfase wanneer over de oplossingen of een portefeuille wordt gesproken. Nog te vaak is bij beleggingsadvies (en ook voor de klant) de portefeuille en de performance het startpunt van een gesprek. Het vergt een stuk 'opvoeding' om dit bij sturen, zowel van de klant als de adviseur: de alfa en omega van elk adviesproces is de klant, en de vraag in elke fase is dus of de huidige oplossing/portefolio nog steeds de meest passende (suitable & appropriate) is. Zeker in de monitoring fase moet er aandacht zijn voor wijzigingen in de persoonlijke omstandigheden en mindset van de klant, evenzeer als voor de fluctuaties in de markt en economische realiteit.

Tegelijk moet de adviseur zich bewust zijn van zijn eigen voorkeuren of biases, en in staat zijn om deze buiten de conversatie te houden. Zo niet, dan bestaat het reële gevaar dat de adviseur zijn motivatie 'projecteert' op de klant, en dat de klant zegt wat hij denkt dat de adviseur wil horen (Social Desirability Bias, Conformity, en ook Image building). Ken jezelf is de conditio sine qua non om je klant beter te kunnen leren kennen. Dat wisten zelfs de oude Grieken al!

Financial (life) planning en technieken hebben de afgelopen jaren bewezen zinvol te (kunnen) zijn. Met MiFID II wordt nadrukkelijker focus gelegd op de mens, de emotie, het gedrag (K-Y-C x behavior) en de adviserende vaardigheden, met als doel een betere en minder complexe communicatie, op de klant afgestemd, ook qua informatie over rendement, risico en kosten.

Beleggingsadvies hoeft misschien niet altijd te starten vanuit een uitgebreid financial plan, maar moet wel starten vanuit een totaaloverzicht van (lees: inzicht in) de klant en diens beleving. Een holistische benadering van een financieel of beleggingsvraagstuk is een must! Vanaf de aanvang van een adviesrelatie moet er wederzijds inzicht zijn en tijdens het hele traject is het periodiek actueel houden van dit inzicht (en de daar bijhorende persoonlijke informatie-uitwisseling) misschien wel de belangrijkste factor voor een succesvolle relatie. Nog meer dan vroeger moet in detail worden uitgevraagd en beschreven wat de klant *wenst* en op basis van welke uitgangspunten de beleggingsoplossing *past* bij die wensen, doelstellingen en vragen van de klant. Het is aan de adviseur om, waar nodig, de realiteitszin van deze wensen te evalueren en de oplossing via informatie en advies bij te sturen richting inzicht bij de klant in wat deze echt nodig heeft. Dat stukje (her)opvoeding van de klant kan dus eenvoudigweg starten met 'Be careful what you wish for, you might actually get it!'.

In de praktijk wordt veel gebruikgemaakt van documenten als beleggingsovereenkomsten, beleggingsadviezen, een financieel plan, vragenlijsten, openingsformulieren, algemene voorwaarden, brochures, enz. Ook bij grotere vermogens, verspreid over meerdere banken en vermogensbeheerders, is er behoefte aan een IPS of beleggingsstatuut. Adviseurs en klanten hebben een dynamisch en tegelijkertijd toch geformaliseerd document nodig om het adviesproces blijvend te kunnen monitoren, dit vast te leggen en zo iedereen scherp en bij de opdracht en de 'waarom' te houden.

Met MiFID II ligt de uitdaging voor wat betreft de processen op het zo efficiënt en effectief mogelijk inrichten ervan als adviseur of organisatie. Advies wordt steeds meer begeleid in plaats van een product verkopen, en MiFID II verlegt de focus nog strenger naar de klant.

Op het niveau van instrumentatie streven we via een betere productontwikkeling en informatieverstrekking naar een gezondere balans voor de klant. Dit kunnen we natuurlijk alleen maar toejuichen, want dat is toch in fine het doel van onze industrie: een klant die vol vertrouwen, en met hulp van de trusted advisor, een betere belegger wordt en een betere toekomst tegemoet gaat.

Vragen of opmerkingen? hello@my-bias.com